

ABSTRAK

Perkembangan pesat industri otomotif di Indonesia membuat tingkat persaingannya menjadi ketat, khususnya pada industri mobil. Para produsen mobil terus melakukan inovasi terhadap produknya. Hal ini terlihat dari semakin beraneka ragamnya merek dan jenis mobil di Indonesia. Penelitian ini berusaha untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan pembelian Honda Jazz di Semarang.

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh orang yang merupakan konsumen mobil Honda Jazz di Semarang yang jumlahnya sangat banyak (tersebar dan sulit diketahui secara pasti), maka dilakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini. Penelitian ini menggunakan 4 variabel bebas, maka dari itu sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 80 sampel (4x20). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu, kriteria dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli Honda Jazz, konsumen yang berada di Kota Semarang.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Ada pengaruh positif signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian, ada pengaruh negatif tidak signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian, ada pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian, ada pengaruh positif dan tidak signifikan antara *Brand Awareness* terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : kualitas produk, harga, promosi, Brand Awareness, keputusan pembelian.